



J-HES

Jurnal Hukum Ekonomi Syariah

Volume 4 | Nomor 2 | Juli-Desember 2020

p-ISSN: 2549-4872 | e-ISSN: 2654-4970

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah di Makassar

Rafiqah Hastharita

Universitas Muslim Indonesia | fiqaku93@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Jenis penelitian yang digunakan *field research* kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah bank syariah di kota Makassar. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dokumentasi untuk mendapatkan data pendukung. Metode analisis data yang digunakan yaitu 1) analisis deskriptif variabel, 2) uji kualitas data melalui uji validasi dan realibilitas, 3) uji asumsi klasik, 4) uji hipotesis melalui uji regresi linear berganda dengan memperhatikan koefisien determinan (R^2), uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t (parsial), faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, hasil ini disebabkan oleh penerapan nilai-nilai *religious* pada bank syariah yang dapat dirasakan oleh nasabahnya. Faktor Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, hasil ini disebabkan oleh penampilan karyawan perbankan syariah yang sangat santun dan ramah dalam melayani konsumen.

Kata Kunci: Lingkungan, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Nasabah

Abstract

This study aims to determine the effect of the environment and service quality on customer decisions using the services of Islamic banks. This type of research is used quantitative research field. The population in this study is Islamic bank customers in the city of Makassar. Determination of the number of samples using the Slovin formula. Data collection methods are carried out through questionnaires and documentation to obtain supporting data. Data analysis methods used are 1) descriptive variable analysis, 2) data quality test through validation and reliability test, 3) classical assumption test, 4) hypothesis test through multiple linear regression test by taking into account the determinant coefficient (R^2), t test, and F test. The results showed that based on the t test (partial), environmental factors had a positive and significant effect on the customer's decision to use the services of an Islamic bank, this result was due to the application of religious values to an Islamic bank that could be felt by its customers. Service Quality Factors have a positive and significant impact on customer decisions to use the services of Islamic banks, this result is due to the appearance of Islamic banking employees who are very polite and friendly in serving consumers.

Keywords: *Environment, Service Quality, Promotion, Customer Decisions*

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah hingga akhir tahun 2019 sangatlah besar dari sisi kuantitatif. Menurut Jasri (2017) sistem perbankan syariah saat ini lebih diminati atau menjadi alternatif menarik bagi kalangan pengusaha sebagai pelaku bisnis, akademisi sebagai penyedia sumber daya manusia dan masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Kenyataan tersebut disebabkan oleh bank dengan pendekatan konvensional lebih mengedepankan aspek ekonomi daripada aspek moral dan spiritual (H. A. Hasan, 2017).

Karim (2010) menjelaskan bahwa di Indonesia praktik perbankan syariah bermula pada tahun 1992, yang ditandai dengan beroperasinya Bank Muamalat

Indonesia (BMI) dan merupakan bank pertama yang menerapkan sistem bagi hasil. Pada saat krisis moneter yang melanda Indonesia tahun 1998 dan memporak-porandakan perekonomian sehingga menyebabkan tingkat suku bunga dan inflasi menjadi tinggi, Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia pun terkena imbasnya. Bank Muamalat mengalami kerugian Rp. 105 miliar. Pada tanggal 21 Juni 1999, *Islamic Development Bank* (IDB) secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat (Umam, 2013).

Terjadinya likuidasi terhadap bank-bank konvensional membuktikan bahwa perbankan dengan sistem riba (bunga) tidak dapat mengatasi krisis ekonomi yang melanda Indonesia dan

selanjutnya terjadi krisis kepercayaan dari para nasabahnya. Kemudian para nasabah (konsumen) mencari alternatif perbankan yang dapat memberikan kepercayaan serta keamanan bagi dirinya, dan perbankan syariah merupakan suatu sistem alternatif untuk mewujudkan kebutuhan nasabah tersebut.

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs resmi Otoritas Jasa Keuangan tahun 2018 perkembangan jaringan kantor dan aset lembaga keuangan syariah dapat dilihat dari tahun 2014, jumlah bank syariah pada tahun 2014 hingga 2018 mengalami peningkatan, dari 12 unit bank pada tahun 2014 hingga 14 unit pada tahun 2018, jumlah bank umum konvensional yang memiliki UUS dari 22 unit tahun 2014 hingga 20 unit pada tahun 2018 karena sebagian dari UUS tersebut sudah memisahkan diri dari bank induknya.

Selain penambahan jumlah kantor, perkembangan jumlah aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah juga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dimana yang dikemukakan oleh Jalilah dan Yasir dalam penelitiannya bahwa aset perbankan syariah pada awal tahun 2000-an baru

mencapai *double digit* (Jalilah dan Yasir, 2017), sementara total aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah secara berturut-turut pada tahun 2014 yaitu 204.961 miliar (204,9 triliun) dan 67.383 miliar (67,3 triliun) hingga mencapai 316.691 miliar (316,6 triliun) dan 160.636 miliar (160,6 triliun) total aset pada akhir tahun 2018. Angka-angka tersebut menunjukkan suatu perkembangan yang sangat signifikan dari data dalam penelitian Jalilah dan Yasir pada awal tahun 2000-an.

Perkembangan di atas ternyata tidak sejalan dengan perkembangan *market share* nya. Pertumbuhan *market share* bank syariah, secara keseluruhan masih belum memberikan penambahan yang berarti. Saat ini, *market share* perbankan syariah masih kurang dari 5%. Berbagai penyebab yang menjadi penghalang pertumbuhan *market share* telah menjadi perhatian khusus oleh para praktisi maupun akademisi perbankan syariah.

Tinggi atau rendahnya tingkat minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Termasuk faktor lingkungan dan faktor kualitas pelayanan. Menurut Dharmesta (2014)

kekuatan lingkungan dalam mempengaruhi keputusan pembelian seseorang ditentukan oleh bagaimana budaya, sub-budaya, kelas sosial, dan keluarga seseorang. Beberapa kasus, seorang anggota keluarga yang dominan menggunakan salah satu bank akan diikuti oleh anggota keluarga lainnya. Karena menggunakan satu bank yang sama akan lebih memudahkan dalam proses transaksi diantara anggota keluarga. Sehingga potensi untuk meninggalkan bank tersebut akan sulit, kecuali dilakukan secara serentak oleh semua anggota keluarga. Berdasarkan alasan tersebut lingkungan menjadi hal yang sangat penting bagi bank syariah dalam mendapatkan nasabah.

Kemampuan faktor lingkungan dalam mempengaruhi minat nasabah menggunakan jasa bank syariah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Maghfiroh, S. (2018) yang menyatakan bahwa faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Meskipun demikian, ternyata dalam penelitian yang lain mengungkapkan bahwa faktor lingkungan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap

keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. (Maulidi, R., 2019).

Selain itu, dalam upaya untuk meningkatkan *market share*-nya perbankan syariah juga harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah. Ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat memengaruhi perilaku nasabah. Menurut Tjiptono (2011) persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), yang dapat diukur dengan instrumen metode SERVQUAL, yaitu suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa.

Karim *Business Consulting* menjelaskan dalam penelitiannya bahwa potensi pasar *sharia loyalist* sebesar 10 triliun, *floating market* 720 triliun, dan *conventional loyalist* sebesar 240 triliun. Hal tersebut menerangkan bahwa masih banyak lahan yang belum tergarap dengan optimal oleh bank syariah. Dengan kata lain, masih banyak masyarakat yang menjadi *floating market* dan *conventional loyalist* (Kartajaya & Sula, 2006). Sehingga

dalam usaha memperbesar *market share*-nya, bank syariah harus meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya dengan menonjolkan apa yang menjadi kelebihanannya, tanpa menutup-nutupi apa yang menjadi kekurangan di mata masyarakat sehingga tercipta citra bank syariah yang jujur dan amanah dibenak masyarakat.

Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih suatu bank. Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Menurut Taslim (2018) konsumen akan tetap memilih bank yang kualitas pelayanannya diutamakan dan sesuai dengan kemauan masyarakat, dengan demikian, kualitas pelayanan akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Argument tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Sultania (2019) bahwa faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Fenomena-fenomena di atas tentu berpotensi memengaruhi keputusan nasabah dalam menetapkan pilihannya terhadap perbankan syariah. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengungkap fakta-fakta tersebut. Maka dalam penelitian ini, secara lebih terkhusus akan meneliti apakah faktor lingkungan, kualitas pelayanan, dan promosi dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam menetapkan pilihannya terhadap perbankan syariah di Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* kuantitatif dengan prosedur penelitian dilakukan untuk mengungkap fakta yang mengakomodasi bentuk angka-angka dalam pengelolaan data statistik

Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh nasabah dari beberapa bank syariah yang ada di Makassar, dan juga kuesioner disebar secara online ke lingkungan kampus-kampus agar mendapatkan sampel data yang lebih banyak. Sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dan dokumentasi

Analisis data dilakukan dengan teknik 1) Uji kualitas data; 2) analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen; 3) uji hipotesis melalui uji statistik t dan uji statistik F; 4) uji koefisien determinan dilakukan untuk melihat persentase tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diuraikan dengan menunjukkan hasil uji kualitas data melalui uji validasi dan reliabilitas. Hasil uji kualitas data tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan merupakan data yang layak. Data yang telah teruji melalui uji

kualitas data akan diolah menggunakan SPSS versi 25 tahun 2019 untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melakukan uji hipotesis melalui uji regresi linear berganda, uji statistik parsial, uji statistik simultan, dan uji koefisien determinan. Hasil analisis data tersebut akan dibahas secara parsial untuk memberikan interpretasi terhadap hasil penelitian.

Uji Kualitas Data

1. Uji validasi

Uji validasi dilakukan dengan melihat nilai *Corrected Item Total Corelation*. Hasil uji validasi data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1: Hasil uji validasi

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lingkungan	X1.1	0.729	0,1654	Valid
	X1.2	0.783		Valid
	X1.3	0.616		Valid
	X1.4	0.732		Valid
	X1.5	0.607		Valid
Kualitas Layanan	X2.1	0.699	0,1654	Valid
	X2.2	0.669		Valid
	X2.3	0.766		Valid
	X2.4	0.674		Valid
	X2.5	0.588		Valid
Keputusan	Y1	0.677	0,1654	Valid
	Y2	0.797		Valid
	Y3	0.541		Valid
	Y4	0.635		Valid
	Y5	0.550		Valid

Sumber: Data primer, diolah 2019

Tabel 1 tersebut memperlihatkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel yang diteliti telah memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar daripada nilai r_{tabel} sebesar 0,1654. Hal ini berarti bahwa item-item pernyataan kuesioner yang diperoleh

telah valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas data dilakukan dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Hasil pengujian reliabilitas data dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2: Hasil uji reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Lingkungan	0.742	Reliabel
2	Kualitas Layanan	0.698	Reliabel
3	Keputusan	0.631	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah 2019

Tabel 2 tersebut memperlihatkan bahwa nilai *alpha cronbach* semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel lingkungan, kualitas pelayanan, dan keputusan dapat dikatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Regresi Berganda Hipotesis Penelitian H₁ dan H₂

Pengujian hipotesis H₁ dan H₂ dilakukan dengan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel lingkungan dan kualitas pelayanan, terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

Hasil pengujian tersebut ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3: Hasil uji koefisien determinan (R²)

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.700	1.217

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lingkungan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber: *Output SPSS 25 (2019)*

Hasil uji koefisien determinasi independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan nilai *adjusted r square* dari model regresi *adjusted r square* sebesar 0,700, hal ini digunakan untuk mengetahui seberapa menunjukkan bahwa 70,0% keputusan besar kemampuan variabel bebas nasabah menggunakan jasa bank (independen) dalam menjelaskan syariah di Kota Makassar dipengaruhi variabel terikat (dependen) atau oleh variabel lingkungan dan kualitas seberapa besar pengaruh variabel pelayanan.

Tabel 4: Hasil uji F - uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	345.825	3	115.275	77.836	.000 ^b
Residual	142.175	96	1.481		
Total	488.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lingkungan (X1)

Sumber: *Output SPSS 25 (2019)*

Berdasarkan Tabel 4 di atas ($df_1=4-1=3$ dan $df_2=100-4=96$). Hal ini bahwa dalam pengujian regresi berarti variabel lingkungan dan kualitas berganda menunjukkan hasil F hitung pelayanan secara bersama-sama sebesar 77,836 dengan tingkat berpengaruh terhadap keputusan signifikansi $0,000 < 0,05$, di mana nilai nasabah.

$F_{hitung} 77,836 > F_{tabel}$ yaitu sebesar 2,70

Tabel 5: Hasil uji t - uji parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.485	1.528		.972	.334
Lingkungan (X1)	.639	.055	.721	11.713	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.134	.064	.127	2.110	.037

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Sumber: *Output SPSS 25* (2019)

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat dianalisis model estimasi sebagai berikut:

$$Y = 1,485 + 0,639X_1 + 0,134X_2$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Pada model regresi tersebut memiliki konstanta 1,485, hal ini berarti bahwa jika variabel lingkungan, kualitas pelayanan, dan promosi diasumsikan sama dengan nol, maka keputusan nasabah sebesar 1,485.
- b. Nilai koefisien regresi variabel lingkungan (X_1) sebesar 0,639 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa ketika lingkungan (X_1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,639.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,134 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa ketika variabel kualitas pelayanan (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar

0,134.

Hasil interpretasi atas hipotesis penelitian (H_1 dan H_2) yang diajukan dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa variabel lingkungan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $11,713 > \text{nilai } t_{tabel}$ sebesar 1,66088 (sig. $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k$, yaitu $100-4=96$) dengan *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,721 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_1 diterima. Hal ini berarti lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah terbukti atau dapat diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik lingkungan bank syariah di Kota Makassar, maka keputusan nasabah juga akan semakin bertambah.

- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan nasabah

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,110 > nilai t_{tabel} sebesar 1,66088 (sig. $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k$, yaitu $100-4=96$) dengan *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,127 dan tingkat signifikansi 0,037 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_2 diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah terbukti dan dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas layanan pada bank syariah di Kota Makassar memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik kualitas pelayanan pada bank syariah di Kota Makassar, maka akan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Pembahasan

1. Pengaruh Lingkungan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah di Kota Makassar.

Hipotesis pertama (H_1) yang

diajukan di dalam penelitian ini adalah faktor lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Kota Makassar. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Kota Makassar, dengan demikian hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa apabila lingkungan suatu lembaga perbankan semakin baik, maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan masyarakat untuk memilih lembaga perbankan tersebut.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa bank syariah di Kota Makassar telah merancang dan juga melakukan penerapan lingkungan yang baik. Hal tersebut didasarkan pada asumsi bahwa proses keputusan nasabah terhadap pemilihan suatu lembaga dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya. Menurut Sutisna, (2003: 6-7) ketika seorang melakukan pemilihan suatu lembaga didasari oleh banyak pertimbangan, termasuk faktor lingkungan. Faktor-faktor lingkungan yang bisa memengaruhi keputusan

nasabah berupa budaya, kelas sosial, atau keluarga (Basu Swastha, 2008). Berdasarkan teori tersebut, dari hasil analisis deskriptif variabel telah menunjukkan bahwa nasabah lebih dominan menggunakan jasa bank syariah disebabkan oleh penerapan nilai-nilai *religious* dengan baik. Penerapan nilai-nilai *religious* pada bank syariah dapat dilihat dari himbauan untuk melaksanakan ibadah pada waktu-waktu beribadah. Selain itu, penerapan nilai-nilai *religious* juga terlihat dari penampilan karyawan yang menggunakan pakaian yang lebih syar'i.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jalilah dan Muhammad Yasir (2017) bahwa faktor-faktor lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memutuskan pilihannya memilih bank syariah. Hal ini juga didukung oleh teori *preference* bahwa pengambilan keputusan konsumen melibatkan interaksi antara pelaku dan kejadian di sekitarnya.

2. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah di Kota Makassar.

Hipotesisi kedua (H_2) yang diajukan dalam penelitian ini adalah

faktor kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Kota Makassar. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa faktor kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Kota Makassar, dengan demikian hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pada perbankan syariah memengaruhi keputusan nasabah dalam menentukan pilihannya terhadap suatu lembaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank syariah telah menerapkan standar kualitas pelayanan dengan baik. Standar kualitas pelayanan yang diukur dalam penelitian yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, dan empati (Agung, 2018). Berdasarkan analisis deskriptif variabel dapat dijelaskan bahwa tingkat ketertarikan nasabah memilih bank syariah disebabkan oleh karyawan perbankan syariah yang sangat santun dan ramah dalam memberikan pelayanan. Hasil ini menunjukkan bahwa, dari lima standar pelayanan yang diukur, standar jaminan dan

kepastian merupakan standar yang paling memikat konsumen untuk memilih bertransaksi pada bank syariah di kota Makassar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Haris dan Said, (2012: 23) bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada bank syariah. Aisyah, dkk (2017: 128) juga mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh dari *Service Quality* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk tabungan Bank Syariah secara signifikan.

Namun, pada tahun 2018, Agung (2018) dalam hasil penelitiannya menemukan hal yang berbeda dari dua peneliti sebelumnya. Agung mengungkapkan bahwa pelayanan tidak memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah. Hal ini disebabkan indikator dari faktor pelayanan seperti teknologi yang digunakan, manajemen dan

kemampuan/pengetahuan karyawan memberikan informasi kepada nasabah masih kurang memenuhi harapan. Jika dibandingkan dengan bank konvensional, pelayanan yang diberikan bank syariah masih tertinggal dari bank konvensional, khususnya pada teknologi dan distribusi. Walaupun demikian, pada tahun yang sama, Muhammad Muzayyanah (2018: 81) dan Ulfa Nurlatifa (2018: 70) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah sehingga dapat menarik nasabah untuk menabung. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Jika konsumen merasa kebutuhannya dapat terpenuhi

atau mampu melebihi yang diperkirakan maka semakin tinggi juga minat konsumen akan meningkat. Oleh karena itu kualitas pelayanan berpengaruh untuk meningkatkan minat menjadi nasabah bank syariah.

Peranan teori *preference* dalam hal ini yaitu bahwa preferensi pelanggan terdiri atas empat komponen pokok yakni masukan (stimuli), susunan hipotesis (susunan persepsi melalui proses belajar), hasil tanggapan atau keputusan membeli dan karakteristik-karakteristik eksogen. Masukan merupakan stimuli atau dorongan yang dirasakan oleh pelanggan, dan dorongan dapat bersifat komersial dan sosial. Dorongan komersial berasal dari rumah tangga produksi (perusahaan) yang dapat bersumber dari paduan komponen produk, penjualan dan distribusi. Selanjutnya keputusan membeli merupakan suatu hasil, kecenderungan pelanggan untuk membeli produk atau jasa, yakni memperoleh kepuasan dalam pembelian (Howard and Sheth, 1998: 68). Kepuasan dalam pembelian ini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah, semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan oleh nasabah akan

memengaruhi sikap dan persepsi terhadap bank syariah. Hingga pada akhirnya akan berdampak terhadap peningkatan minat menggunakan jasa bank syariah. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah sehingga dapat menarik nasabah untuk menabung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka kesimpulan hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa faktor lingkungan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Hal ini berarti bahwa semakin baik lingkungan perbankan syariah maka akan semakin meningkatkan minat calon konsumen untuk menggunakan jasa bank syariah.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Hal ini

menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah akan berdampak pula pada peningkatan jumlah nasabah pada bank syariah di Kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhipratama, A. A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Aisyah, Muniaty, dkk. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behaviour Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan BNI Syariah)". *Jurnal Liquidity* Vol. 6, No. 2. (Februari 2017).
- Dharmesta, Basu Swastha. 2014. *Manajemen Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta.
- Haris, H. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan periklanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada bank syariah (studi kasus pada BTN syariah Surakarta). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1-24.
- Hasan, H. A. (2017). Pengentasan Kemiskinan dengan Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 50-63.
- Howard, John A. and Jagdish N. Sheth. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Irwin Mc Graw Hill.
- Jalilah, J., & Yasir, M. (2017). Pengaruh Persepsi terhadap Minat Etnis Tionghoa Kota Banda Aceh terhadap Perbankan Syariah. *Aricis Proceedings*, 1.
- Jasri, J. (2017). Pendapatan Margin Baval-Murabahah Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 64-73.
- Karim, A. (2010). Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan (Edisi Keempat). *Jakarta (ID): PT. Raja Grafindo Persada*.
- Syakir Sula, M., & Kertajaya, H. (2006). *Marketing Syariah*. Mizan. Bandung.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(3), 213-222.
- Maulidi, R. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa Sma Negeri 1 Ambarawa)* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Nurlatifah, U. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Anggota BMT". *Tesis*. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Muzayyanah, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung Di Bprs Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara Oleh: Muhimatul Muzayyanah* (Doctoral dissertation, IAIN).

- Sultania, V. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Bni Syariah Kantor Cabang Fatmawati* (Doctoral dissertation, Fakultas Agama Islam).
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan strategi merek*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Taslim, T. (2018). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Khaerul, U. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.